

ABSTRAK

Persaingan industri instalansi Listrik dan Elektro dewasa ini semakin kompetitif untuk mendapatkan konsumen. PT. Rejeki Cahaya Elektro mempunyai strategi-strategi tertentu dalam menghadapi ketatnya persaingan antar perusahaan Listrik dan Elektro. Persaingan yang terjadi dalam hal Elektro, baik program promosi, iklan, dan jenis produk serta pelayanan untuk menarik perhatian konsumen. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui berbagai strategi komunikasi pemasaran PT. Rejeki Cahaya Elektro untuk menarik konsumen. Upaya-upaya yang dilakukan PT. Rejeki Cahaya Elektro dalam menghadapi persaingan antar perusahaan listrik dan elektro kompetitor, faktor penentu keberhasilan PT. Rejeki Cahaya Elektro dalam menarik konsumen, dan hambatan-hambatan yang dialami dalam menerapkan strategi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun objek penelitian adalah devisi *Marketing*, dan humas PT. Rejeki Cahaya Elektro dalam merencanakan, menjalankan, dan mengevaluasi strategi komunikasi pemasarannya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif, untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian yaitu mengenai perencanaan, pengimplementasian, dan pengevaluasian strategi komunikasi pemasaran devisi *Marketing* dan humas PT. Rejeki Cahaya Elektro. Sedangkan untuk menjangkau publiknya, strategi pemasaran PT. Rejeki Cahaya Elektro melalui tiga saluran utama bauran promosi yang meliputi iklan, penjualan tatap muka, hubungan masyarakat dan publisitas. Target pasar dari PT. Rejeki Cahaya Elektro adalah perusahaan menengah keatas/ perkantoran. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT. Rejeki Cahaya Elektro saat ini sudah cukup efisien. Hal tersebut dibuktikan naiknya jumlah permintaan konsumen dari tahun ke tahun.

ABSTRACT

Industrial competition installation electricity and electrical engineering today, more competitive to get consumers. PT. Rejeki Cahaya Elektro have certain strategies in facing tougher competition between electricity company and electro. Competition happened in terms of electro, good promotion program advertising, and kind of products and services to attract customers. Research purposes is to know various strategy of marketing communications PT. Rejeki Cahaya Elektro to attract customers. Renewed efforts by PT. Rejeki Cahaya Elektro in facing the competitions among electricity company electrotechnics and competitors, decisive factor success PT. Rejeki Cahaya Elektro in pulling consumers, and constraints experienced in applying the strategy. This research using methods research descriptive by approach qualitative. The object research is devisi marketing, and pr PT. Rejeki Cahaya Elektro in planning, run, and evaluate strategy communication marketing. Technical data done through interview observation, and documentation. Analysis of data done in descriptive, to give a description of about the subject of study is about planning, the implementation, and pengevaluasian strategy marketing communications devisi marketing and pr PT. Rejeki Cahaya Elektro. While to reach its public, marketing strategies pt. Elektro rejeki light through three the main channel hotchpotch promotion covering advertising, sales face to face, public relations and publicity. The market target from PT. Rejeki Cahaya Elektro engineering is medium-sized companies up / offices. Strategy of marketing communications by PT. Rejeki Cahaya Elektro current is enough efficient. It proved the number rising consumer demand from year to year.